



BMW Yachtsport Botschafter Markus Wieser gewinnt WM-Bronze im Olympiarevier 2012.

BMW Yachtsport Botschafter Markus Wieser gewinnt WM-Bronze im Olympiarevier 2012.

 Erfolgreichster Drachen-Segler 2013. Nach EM-Silber und Gold-Cup-Gewinn im Grand Slam des Segelsports zum dritten Mal auf dem Treppchen. Deutscher Klaus Diederichs feiert einen Heimsieg.
 Der letzte Saisonhöhepunkt der internationalen Drachen-Segler, die Weltmeisterschaft der "Königsklasse", endete in Weymouth/England mit einem deutschen Heimsieg. Klaus Diederichs, der seit 20 Jahren auf der Insel zuhause ist, siegte überraschend mit seiner Crew Andy Beadsworth und Jamie Lea hauchdünn vor den Russen Andrey Kirilyuk, Aleksey Bushuev und Alina Dotsenko. Bronze holte BMW Yachtsport Botschafter Markus Wieser unter ukrainischer Flagge von Eigner Sergey Pugachev und Vorschoter George Leonchuk, die damit nach EM-Silber und Gold-Cup-Gewinn erfolgreichste Drachen-Mannschaft 2013 sind und die Weltrangliste uneinholbar anführen. Als offizieller Automobil-Partner auch der Gazprom Drachen-Weltmeisterschaft hat BMW in diesem Jahr alle bedeutenden Regatten der renommierten Dreimann-Kielboot-Klasse unterstützt.
 Das Olympiarevier von 2012 stellte 77 Teams aus 16 Nationen eine Woche auf eine harte Probe. Oft typisch britisches Wetter und sehr anspruchsvolle Wind- und Strömungsverhältnisse verlangten den Protagonisten auf der Bucht zwischen Portland und Weymouth alles ab. "Auch wir waren an manchen Tagen angesichts nicht erwarteter Winddreher zu unentschlossen", berichtete Markus Wieser, "taktisch hatten offenbar nur zwei Crews den Durchblick, die den WM-Titel entsprechend auch unter sich ausgemacht haben."
 Bestens beraten durch den einheimischen Regattafuchs Beadsworth war es Klaus Diederichs, der in der siebten und alles entscheidenden Wettfahrt das bessere Ende für sich behielt. Mit zwei Punkten Rückstand an der Startlinie kam sein Trio als Neuntes genau drei Plätze vor den Russen ins Ziel und feierte einen Zähler Vorsprung zum WM-Titel. Ihr Lohn wird ein BMW Fahrtraining Snow and Ice im österreichischen Sölden sein, das als Sonderpreis für die Gesamtsieger ausgelobt war.
 Dort könnten sie wieder auf Wieser
 Co. treffen, die für ihren Gold-Cup-Sieg ebenfalls ein BMW Fahrtraining Snow and Ice erhalten. Ihre WM-Bronzemedaille konnten Wieser und Team ähnlich knapp verteidigten, denn der Vorsprung vor den Ungarn Ferenc Kis-Szolgyerni, Karoly Vezer und Tamas Kiss hatte vor dem Finalrennen nur einen Punkt betragen. Doch Profi Markus Wieser warf sein gesamtes Können und die große Erfahrung in die Waagschale und hielt die Verfolger als 14. zwei Plätze hinter sich. Die beste rein deutsche Mannschaft folgte mit Hendrik Witzmann, Michael Koch und Markus Koy unter der Flagge der Vereinigten Arabischen Emirate auf Platz fünf. Die deutschen Boote verpassten die Top Ten, belegten mit Thomas Müller, Vincent Hoesch und Michael Lipp an der Spitze die Ränge elf bis vierzehn komplett.
 Auch die beste Amateurcrew gewann ein BMW Fahrtraining Snow and Ice. Der geborene Däne Poul Richard Hoj-Jensen mit Hamish MacKay und Andrew Norden für Großbritannien siegreich, war so generös, dieses an die zweiten Sieger weiterzugeben. "Ich lebe auf Antigua", sagte Hoj-Jensen schmunzelnd, "und da gibt es ziemlich selten Schnee." Darüber freute sich der Münchener Dr. Philip Dohse, der mit Christian Moeller und Oliver Mose als 13. insgesamt zweitbesten Amateurskipper war.
 "Abgesehen von unserem englischen Wetter war es eine beeindruckende Weltmeisterschaft", resümierte der Vorsitzende des Britischen Drachen-Geschwaders, Martin Makey, "und das lag nicht zuletzt an den Sponsoren mit BMW als Automobil-Partner." Die ausgestellten BMW 640d Gran Coupe sowie BMW 730d und BMW X5 3.0d hatten dem Event unter Schirmherrschaft ihrer königlichen Hoheit Prinzessin Anne einen ansprechenden Rahmen gegeben. Segler aus Australien, Dänemark, Finnland, Frankreich, Großbritannien, Deutschland, Ungarn, Italien, Japan, den Niederlanden, Russland, Portugal, der Schweiz, Schweden, den Vereinigten Arabischen Emiraten und der Ukraine hatten die Partnerschaft zu BMW am Großbaum ihrer Drachen gezeigt.
 "Mit der Weltmeisterschaft wurde der enge Kreis zwischen BMW und den Drachen geschlossen", sagte Eckhard Wannick, Leiter BMW internationales Sponsoring, Kooperationen und Product Placement, "die Partnerschaft hat 2013 ein neues Level erreicht, auf das wir stolz sind. Die gemeinsamen Werte Eleganz, Dynamik und Tradition wurden gelebt und gefestigt." Das Engagement wird diese Saison noch beim Dragon Saint-Tropez Mitte Oktober in Frankreich abgerundet. Ausrichter ist die Société Nautique de Saint-Tropez (SNST), die ab 28. September zunächst klassische und moderne Yachten zur Les Voiles des Saint-Tropez bittet. Auch hierfür hat BMW gerade die Partnerschaft übernommen.

 BMW Group
 Petuelring 130
 80788 München
 Deutschland
 Telefon: +49 (0)89 382 - 0
 Mail: bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com
 URL: <http://www.bmwgroup.de>

Pressekontakt

BMW Group

80788 München

bmwgroup.de
bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com

Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

bmwgroup.de
bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com

Drei Marken, ein Anspruch: immer noch besser zu werden. Dank unserer kompromisslosen Ausrichtung am Premiumgedanken und am Nachhaltigkeits-Prinzip begeistert die BMW Group heute weltweit mehr Menschen denn je. Wir stehen vor enormen Herausforderungen: Die Welt verändert sich mit hoher Geschwindigkeit. In vielen Ländern bleibt individuelle Mobilität im Fokus politischer Regulierung und nationaler Industriepolitik. Der Wertewandel in der Gesellschaft erfordert neue Mobilitätslösungen. Volatilität ist längst Teil unseres unternehmerischen Alltags. Die hohe Staatsverschuldung und die Euro-Krise verunsichern Märkte und Verbraucher. Mit der Strategie Number ONE richten wir die BMW Group in einem veränderten Umfeld auf Profitabilität und langfristige Wertsteigerung aus ? technologisch, strukturell und kulturell. Im Jahr 2007 haben wir damit die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft gestellt und setzen Maßnahmen in vier Säulen der Strategie um: Wachstum, Zukunft gestalten, Profitabilität und Zugang zu Technologien und Kunden. Unsere Aktivitäten sind dabei weiter auf die Premiumsegmente der internationalen Automobilmärkte ausgerichtet. Die strategische Zielsetzung reicht bis in das Jahr 2020 und ist klar definiert: Die BMW Group ist der weltweit führende Anbieter von Premium-Produkten und Premium-Dienstleistungen für individuelle Mobilität.